

Universitätskurs

Geschichte der Werbung und Public Relations





Universitätskurs

Geschichte der Werbung und Public Relations

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/journalismus-kommunikation/universitatskurs/geschichte-werbung-public-relations

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Struktur und Inhalt

Seite 12

04

Methodologie

Seite 16

05

Qualifizierung

Seite 24

01

Präsentation

Um sich in einem bestimmten Bereich spezialisieren zu können, muss man seine Ursprünge verstehen und wissen, wie er sich im Laufe der Geschichte unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen Veränderungen entwickelt hat. Ähnlich verhält es sich im Bereich Werbung und Public Relations, denn nur mit fundierten Kenntnissen auf diesem Gebiet kann man verstehen, warum bestimmte Veränderungen stattgefunden haben und welche Inspirationen man aus der Vergangenheit ziehen kann. Dieses Programm von TECH, das sich an Journalisten und Kommunikatoren richtet, wurde unter Berücksichtigung der akademischen Bedürfnisse dieser Berufsgruppen entwickelt und enthält die umfassendsten und aktuellsten Informationen, die in diesem Bereich auf dem Markt verfügbar sind.



“

*Mit dem Abschluss dieses
Universitätskurses erhalten Sie
die notwendige Fortbildung, um
ein Experte in Werbung und Public
Relations zu werden und sich in diesem
Arbeitsbereich erfolgreich zu entwickeln"*

Der Universitätskurs in Geschichte der Werbung und Public Relations bietet den Studenten eine akademische Reise durch die Entwicklung der faszinierenden Welt der persuasiven Kommunikation, inszeniert durch Werbung und Public Relations. Unter Ausnutzung der Synthesefähigkeit, die der Werbung eigen ist, bietet dieser Studiengang eine dezentralisierte Perspektive auf die Entwicklung der persuasiven Kommunikation unter besonderer Berücksichtigung der nationalen und internationalen Werbekommunikation. Das historische Studium der persuasiven Kommunikation wird als entscheidender Faktor für das Verständnis aller aktuellen Prozesse in den Bereichen Werbung und Public Relations angesehen.

Das Wesen der Öffentlichkeitsarbeit besteht darin, die verschiedenen Zielgruppen einer Organisation zu kennen, zu managen und zu erforschen, weshalb sie innerhalb von Organisationen von grundlegender Bedeutung ist, da sie zum strategischen Management der Kommunikation innerhalb dieser Organisationen beiträgt. Journalisten spielen in diesem Bereich eine wichtige Rolle, da sie die Sprache sehr gut beherrschen und daher besser in der Lage sind, ihre Botschaften an die Bedürfnisse des Marktes anzupassen.

Dieser Studiengang ist eine umfassende und spezifische Weiterbildung, die es den Studenten ermöglicht, jede dieser Aufgaben im Bereich der Kommunikation mit Solvenz und Sicherheit zu erfüllen. So bietet TECH mit diesem Programm ein reales Arbeitspanorama, um die Angemessenheit seiner Anwendung im Projekt zu bewerten, indem die tatsächlichen Indikationen, die Art und Weise seiner Entwicklung und die erwarteten Ergebnisse bewertet werden.

Ein Programm von großem akademischen Wert, das ein Vorher und Nachher in der Weiterbildung der Studenten darstellt und ihnen die Werkzeuge an die Hand gibt, die sie in ihrem Kommunikations- und Werbeprozess anwenden können.

Dieser **Universitätskurs in Geschichte der Werbung und Public Relations** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Merkmale sind:

- ♦ Der Einsatz der neuesten Technologie in der Online-Lehrsoftware
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Erarbeitung von Fallstudien, die von erfahrenen Experten präsentiert werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Unterstützung des Unterrichts durch Telepraxis
- ♦ Systeme zur ständigen Aktualisierung und Überarbeitung
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen, das eine vollständige Kompatibilität mit anderen Tätigkeiten ermöglicht
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Selbsthilfegruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit dem Dozententeam und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Ständig verfügbare Dokumentationsbanken



*Studieren Sie mit der
innovativsten Lehrmethodik der
aktuellen akademischen Szene"*

“

Dank der Fortbildung, die dieser Universitätskurs bietet, werden Sie in der Lage sein, im Bereich der Werbung und der Öffentlichkeitsarbeit mit der Zuverlässigkeit einer hochqualifizierten Fachkraft zu arbeiten"

Das Dozententeam dieses Programms setzt sich aus Fachleuten aus verschiedenen Bereichen zusammen, die mit dem Fachgebiet in Verbindung stehen. Auf diese Weise kann TECH das vorgeschlagene Ziel der Bildungsaktualisierung erreichen. Ein multidisziplinäres Team von erfahrenen Fachleuten aus verschiedenen Bereichen, die in der Lage sind, die theoretischen Kenntnisse auf effiziente Weise zu vermitteln, aber vor allem die praktischen Kenntnisse aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst der Studenten zu stellen.

Diese Beherrschung der Materie wird durch die Effizienz der methodischen Konzeption ergänzt. Es wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. So kann der Student mit einer Reihe komfortabler und vielseitiger multimedialer Werkzeuge studieren, die ihm die nötige Handlungsfähigkeit in seinem Studienprozess vermitteln.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen. Ein Ansatz, der Lernen als einen ausgesprochen praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, wird Telepraxis eingesetzt. Mit Hilfe eines innovativen Systems interaktiver Videos und des *Learning From an Expert* kann sich der Student das Wissen so aneignen, als stünde er vor einem realen Fall. Ein Konzept, das es ihm ermöglicht, das Gelernte realistischer und nachhaltiger zu integrieren und zu festigen.

Schließen Sie sich der Berufselite von Werbung und Public Relations an, indem Sie ihre Fortbildung in diesem Bereich fortsetzen.

Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Fortbildungserlebnis, das Ihre berufliche Entwicklung fördert.



**Digital
Advertising**

02 Ziele

Das Hauptziel von TECH ist es, hochqualifizierte Fachleute für die Berufspraxis weiterzubilden. Ein Ziel, das durch das Angebot von erstklassigen Programmen wie diesem erreicht wird, das sich auf die Geschichte der Werbung und Public Relations konzentriert. Ein Ziel, das die Studenten in kurzer Zeit erreichen können, da sie über alle notwendigen Informationen verfügen, um die Entwicklung von Werbung und Public Relations im Laufe der Geschichte zu verstehen und besser auf die tägliche Praxis in diesem Bereich vorbereitet sind.





“

Wenn es Ihr Bestreben ist, Ihren Weg zum Erfolg neu auszurichten, ist dies der richtige Universitätskurs für Sie. Ein Programm, das akademische Spitzenleistungen anstrebt"

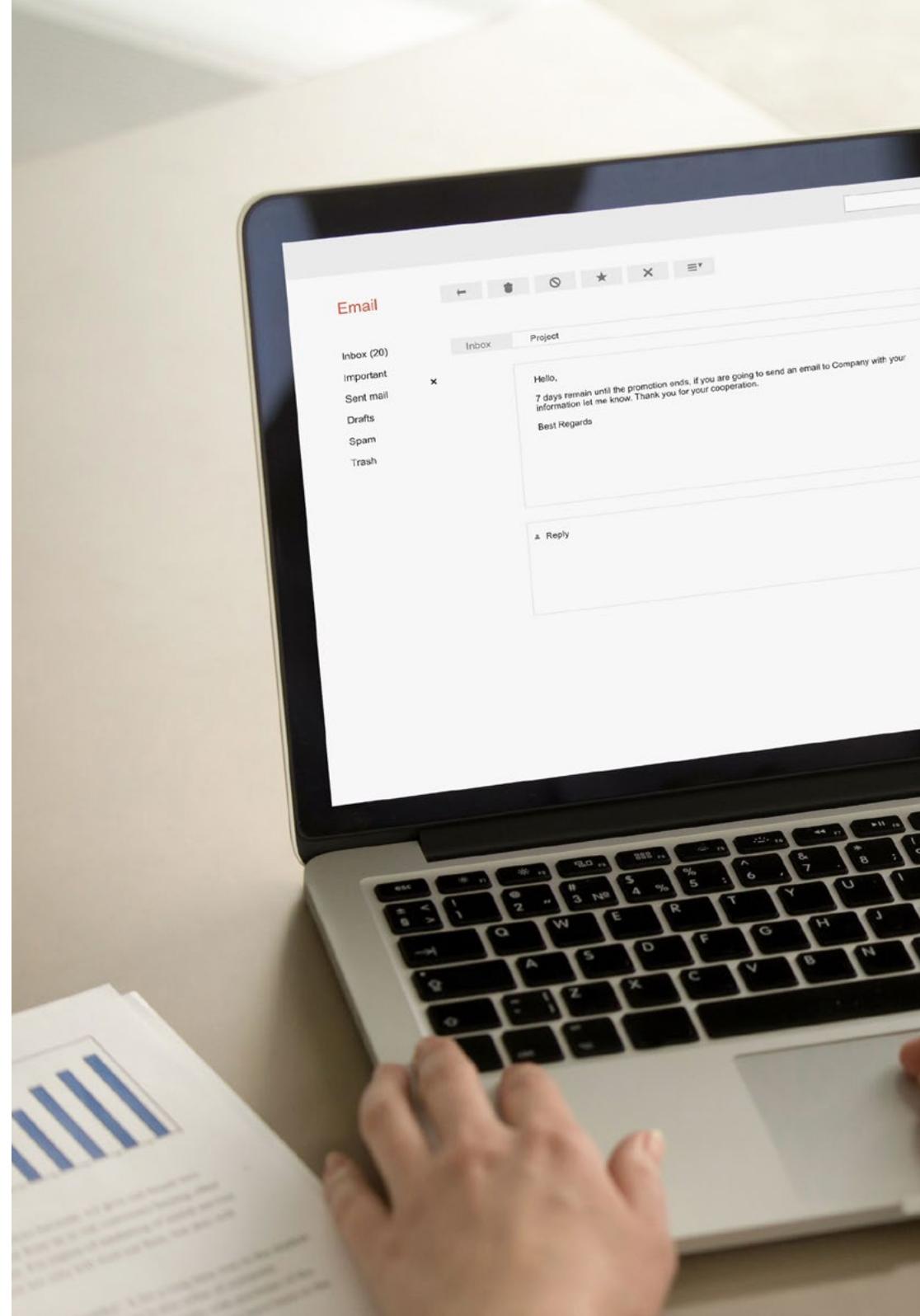


Allgemeines Ziel

- Erwerben der notwendigen Kenntnisse, um eine angemessene Werbekommunikation unter Verwendung der modernsten Tools durchzuführen



Erreichen Sie Ihre akademischen Ziele mit dem Abschluss dieses umfassenden Programms"





Spezifische Ziele

- ♦ Kennenlernen und Analysieren der Auswirkungen der Werbekommunikation auf Gesellschaft und Kultur
- ♦ Kennenlernen der historischen Entwicklung von Werbung und Public Relations
- ♦ Wissen, wie man Werbung mit anderen kulturellen Manifestationen wie Literatur, Kunst oder Kino in Beziehung setzt
- ♦ Kennen der Struktur und des Wandels der heutigen Gesellschaft in Bezug auf die Elemente, Formen und Prozesse der Werbe- und Public Relations-Kommunikation
- ♦ Beziehen von Werbung und Public Relations auf eine kohärente Weise auf andere Sozial- und Humanwissenschaften
- ♦ Kennen der Elemente, Formen und Verfahren von Werbesprachen und anderen Formen der überzeugenden Kommunikation

03

Struktur und Inhalt

Dieser Studiengang der TECH ist so strukturiert, dass er den Studenten eine akademische Basis bietet, die die wichtigsten Konzepte der Geschichte von Werbung und Public Relations umfasst. Auf diese Weise können sich die Studenten eingehend mit den Ursprüngen dieses Berufsfeldes und seiner Entwicklung bis heute befassen und praktische Beispiele für den Fortschritt in der Gesellschaft kennen lernen.





“

Eine akademische Reise, die Sie zu den höchsten Standards der Professionalität führen wird"

Modul 1. Geschichte der Werbung und Public Relations

- 1.1. Werbemaßnahmen vor dem Druck
 - 1.1.1. Werbung in ihren frühesten Formen
 - 1.1.2. Frühe Manifestationen
 - 1.1.3. Die antike Welt
- 1.2. Von der Druckerpresse bis zur industriellen Revolution
 - 1.2.1. Einige Aspekte, die zum Aufkommen des Buchdrucks in Europa beitrugen
 - 1.2.2. Frühe Ausdrucksformen: Flugblätter und Plakate
 - 1.2.3. Markierungen und Etiketten
 - 1.2.4. Schreiende und schwatzhafte Werbung
 - 1.2.5. Die Fahne und das kommerzielle Wandbild
 - 1.2.6. Die Geburt eines neuen Mediums
 - 1.2.7. Kommunikation und Macht: Die Kontrolle der Überzeugung
- 1.3. Revolutionen
 - 1.3.1. Werbung und die industrielle Revolution
 - 1.3.2. Der lange und kurvenreiche Weg zur Pressefreiheit
 - 1.3.3. Von Propaganda bis Werbung
 - 1.3.4. Propaganda und politische Werbung: Konzepte
 - 1.3.5. Merkmale dieser Anzeige
 - 1.3.6. Die industrielle Revolution als Geburtsstunde der kommerziellen Werbung
- 1.4. Die Geburt der Werbung
 - 1.4.1. Der Ursprung der kommerziellen Werbung
 - 1.4.2. Die technologische Revolution
 - 1.4.3. Drucksysteme
 - 1.4.4. Papier
 - 1.4.5. Fotografie
 - 1.4.6. Telegraph
 - 1.4.7. Print-Werbung
 - 1.4.8. Plakate
- 1.5. Konsolidierung der Werbeaktivitäten
 - 1.5.1. Wirtschaftliche Faktoren zwischen 1848-1914
 - 1.5.2. Neue Formen der Vermarktung
 - 1.5.3. Zeitungen
 - 1.5.4. Zeitschriften
 - 1.5.5. Poster-Kunst
 - 1.5.6. Grundlagen der modernen Werbung
 - 1.5.7. Amerikanische Werbeagenturen
 - 1.5.8. Werbetechnik und -handwerk
- 1.6. Werbung zwischen zwei Kriegen
 - 1.6.1. Merkmale des Zeitraums 1914-1950
 - 1.6.2. Werbung im Ersten Weltkrieg
 - 1.6.3. Die Folgen des Ersten Weltkriegs für die Werbung
 - 1.6.4. Werbung während des Zweiten Weltkriegs
 - 1.6.5. Die Folgen des Zweiten Weltkriegs für die Werbung
 - 1.6.6. Die Werbeträger
 - 1.6.7. Die Plakat- und Werbegrafik
 - 1.6.8. Außenwerbung
 - 1.6.9. Kino
 - 1.6.10. Kino als Mittel der Überzeugung
 - 1.6.11. Radio
 - 1.6.12. Kommerzielles Radio
- 1.7. Die Entwicklung von Werbetechniken
 - 1.7.1. Werbeaktivitäten zwischen 1914 und 1950
 - 1.7.2. Die Organisation der Werbung
 - 1.7.3. Agenturen und Stile
- 1.8. Elektronische Werbung
 - 1.8.1. Fernsehen. Die dritte Dimension der Werbung
 - 1.8.2. Werbung in den 1950er und 1960er Jahren
 - 1.8.3. Das Aufkommen des Fernsehens



- 1.9. Werbung heute
 - 1.9.1. Einführung
 - 1.9.2. Der aktuelle Werbekontext: eine technologische Perspektive
 - 1.9.3. Die größten Herausforderungen der heutigen Werbekommunikation
 - 1.9.4. Die größten Möglichkeiten in der heutigen Werbekommunikation
- 1.10. Geschichte der Public Relations
 - 1.10.1. Die Ursprünge
 - 1.10.2. Bernays und seine Beiträge
 - 1.10.3. Erweiterung: die Public Relations in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden"

04

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



05

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Geschichte der Werbung und Public Relations garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie
Ihren Universitätsabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Geschichte der Werbung und Public Relations** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post * mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Geschichte der Werbung und Public Relations**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Geschichte der Werbung
und Public Relations

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Geschichte der Werbung und Public Relations

